

地域食材の優位性を活かした 滞在型グリーン・ツーリズムの課題

藤 田 武 弘

1 はじめに

いま、都市住民が自然景観のなかでの癒しや“ほんもの”の食を求めて農山漁村へと向かう動きと、農山漁村が地域活性化の突破口として都市住民を迎え入れる動きとが合流し、政府も期待を寄せる「都市と農山漁村との共生・対流」による地域づくりを推進する機が熟しつつある。例えば、旅行客が国内観光地に対して期待することを取りまとめた全国調査(じゃらん2006)でも、季節性のある新鮮な地域食材を利用した“美味しい食事”が第一位となっていることに象徴的である。

一方で、それら国内観光地においては、周辺に広範な地域資源(農林水産物やその特産加工品)を擁しながらも、従来はそれら地域産業(農林漁業およびその加工関連産業)との十分な連携を図ってきたわけではない。むしろ、原料調達における供給安定性やコスト等の点で、地元産どころか輸入食材を好んで利用する傾向すら見られたほどである。

しかし近年では、食の安全・安心、地産地消、食育への関心の高まりや、こだわりを持つライフスタイル(スローフード、ロハスなど)の浸透によって、地域食材の持つ優位性(“顔のみえる”安心感、食文化や物語性、地域ブランドが有する訴求力)を活かしたグリーン・ツーリズムの新たな展開に対する期待が高まっている。

本稿では、都市・農山漁村交流を通じた農山漁村地域の活性化の鍵を握ると目される「滞在型グリーン・ツーリズム」への展開可能性とそのための課題を「食」の位置づけ方との関わりで考察すべく、観光地宿泊施設の飲食・料理部門における地域食材の利活用実態とその可能性(和歌山県白浜町)、農家民泊による体験型教育旅行の受け入れと食事提供をめぐる考え方(長野県飯田市)をそれぞれ分析・検討することにした。

2 現代日本の「食」と「農」をめぐる諸問題と新たな動き

2.1 わが国の農業・農村を取り巻く問題状況

今後、逼迫基調で推移することが予想される世界の食料需給見通しのなかで、1960年当時は79%であったわが国の食料自給率(カロリーベース)は、1985年を境に大きく低下し、2006年現在では39%と半減した。また、穀物自給率(2006年試算)は27%であり、世界175の国・地域中124位、OECD加盟30カ国中25位、人口1億人以上の国の中では最下位の位置にある。現在、日本は世界第1位の農産物純輸入国(輸入額-輸出額)で、しかも輸入の多くはアメリカ、中国、オー

オーストラリア、カナダ、タイなど特定の国に集中しており、これら上位5カ国で農産物輸入額全体の70%相当を占めている。

一方、世界に目を転じれば、食糧と飼料（経済成長を遂げた途上国の畜産加工品消費を支える飼料穀物）、さらにはエネルギー（代替エネルギーとしてのバイオエタノール原料穀物）の三者の確保をめぐるせめぎ合いが始まっており、輸出国の輸出規制を契機として国際相場が高騰するなど、多くの国々で食料の安全保障をめぐる混乱が生じている。これらの状況に鑑みれば、わが国の食料供給は、国際的な需給変動や輸出国の政策転換等に大きく左右される極めて不安定な構造を特徴としていることが分かる。

しかも最近では、従来からの小麦、大麦、大豆等に加えて、野菜をはじめとする様々な生鮮食品や冷凍加工品などの輸入が急増し、国内生産を圧迫している。なかでもアジア諸国からの食品輸入は、安価で豊富な労働力の存在を前提とした価格競争力を武器に、競合品目を擁する国内産地に閉塞感をもたらしている。

また、国民的関心事である食の「安全・安心」の確保という点からみても、食料供給のグローバル化に伴う生産から消費までの空間的・時間的・社会的・心理的距離の拡大は、安全性を担保するためのリスクコミュニケーションの形成を困難としている。これは、食品産業のモラルハザードに関する近年の事件・事故等の教訓からも明らかであろう。

このような情勢のもと、現在（2005年度）の農家戸数は約284万戸、1960年当時（606万戸）から半減している（表1参照）。うち販売農家（経営耕地面積30a以上または農産物販売金額50万円以上）は約195万戸で、これも前年比で10%減少している。また、農業就業人口は約334万人、これも1960年当時（1,200万人）と比較して4分の1近くまで減少しており、うち65歳以上の占める割合は約58%と高齢化が着実に進行していることを示している。一方で、新規就農者については、農家子弟以外からの新規参入や離職就農者の増加により、1990年以降若干増加傾向（2005年度：約8万人）にあるが、高齢化によって減少し続ける担い手を補うにはほど遠い状況である。

また、農業の基本的生産手段である農地についても、農産物価格の低迷や高齢化等による担い

表1 日本農業の基礎指標

	1960年	1970年	1980年	1990年	2000年	2005年
農地面積(千ha)	6,071 (100)	5,796 (95)	5,461 (90)	5,243 (86)	4,830 (80)	4,714 (78)
作付延べ面積(千ha)	8,129 (100)	6,311 (78)	5,706 (70)	5,349 (66)	4,563 (56)	4,422 (54)
農家戸数(万戸)	606 (100)	534 (88)	466 (77)	384 (63)	312 (51)	284 (47)
農業就業人口(万人)	1,200 (100)	1,035 (86)	697 (58)	565 (47)	389 (32)	334 (28)
新規就農者数(千人)	—	—	—	15.7 (100)	77.1 (491)	80.2 (511)
農産物輸出額(億ドル)	1.7 (100)	3.7 (218)	9.1 (535)	11.0 (647)	15.6 (918)	17.0 (1,000)
農産物輸入額(億ドル)	8.8 (100)	32.5 (369)	149.2 (1,695)	260.1 (2,956)	380.0 (4,318)	370.0 (4,205)

資料：JA全中「ファクトブック」各年。

注：2005年の新規就農者数、農産物輸出額・輸入額の数値は2003年度のものである。

手不足を原因とする耕作放棄が進行している。農林業センサス（2005年）によれば、耕作放棄地面積は前回調査（2000年）より約17.5万ha増加の計38.5万haとなり、耕作放棄地率（耕作放棄地面積を経営耕地と耕作放棄地を加えた面積で除したもの）はこの5年間で5.1%から10.1%に上昇した。とくに、国土の約70%を占める中山間地域に位置する農業は、農業就業人口、農地面積、農業生産額などでいずれも全国の約40%を占めているが、傾斜地が多いなど平地に比べて生産条件が不利な地域が多く、耕作放棄地の割合も高くなっている。さらに、不作付地（過去1年間以上作付けしていないが、今後数年間に再び耕作する意志がある土地）も20万haに及んでいることも見逃せない。

ところで、わが国の農業・農村は、食料生産（生産機能）のみならず、水資源の涵養や洪水・山崩れの防止、伝統文化の継承、安らぎを与える景観の創出など、私たちの生活や環境に不可欠な多面的機能を併せ持っている。日本学術会議が公表した試算（日本学術会議「地球環境・人間生活にかかわる農業及び森林の多面的な機能について（答申）」2001年）によれば、農業の有する多面的機能の評価額は8兆2,226億円で、同年の農業総産出額に匹敵する規模の価値を認めている。しかし、これら公益性の高い多面的機能も、適正に維持・管理され生産活動に供される農地が存続してはじめて発揮されるもので、あくまで生産機能に付随して派生する副次的機能であることを忘れてはならない。

わが国の農業の現状をみる限り、食の安全・安心の確保や食料自給率の向上など国民の願いに応えうる主体的条件がいかにかたがたに乏しいかを実感せざるを得ない。これら困難の背景には、「食料」への関心の高さに比して、その根源ともいべき「農業（農村）」の実態や問題点に対する国民の理解・関心が充分ではなかったことが影を落としているように思える。いやむしろ、元来切り離して考えることのできない消費の場（都市）と生産の場（農業・農村）との関係を、対峙的に捉えるような“世論”が戦後の経済成長過程で形成されてきたとみるべきかも知れない。

戦後、急激な高度成長を遂げたわが国の資本主義は、復興期の食料増産政策から大きく転換し、工業製品の輸出力増強を推進する一方で、貿易摩擦解消のスケープゴートとして農産物輸入の自由化（市場開放）へと途を開くことになった。その過程では、農村労働力の都市産業への包摂、国土開発による農山村の都市域への編入が進み、結果として都市での“過密”と農山村での“過疎”という地域問題が表面化した。とりわけ、人口の稠密なわが国では、森林率の高い狭小な国土にあって、限られた可住空間内に都市と農村、商業地・宅地と農地とが混在せざるをえないことから、都市的土地利用と農業的土地利用とをめぐり厳しい競合関係が生まれた〔田代、2003年〕。さらに、国際分業論に基づく財界の“日本農業過保護論”などの主張が、マイホームをもたない都市部のサラリーマン層の共感を得て、都市と農業・農村との関係を対峙的に捉える世論づくりに一役買ったことも不幸な出来事であった。

しかし、近年では、これら都市と農業・農村関係に新たな動きがみられる。それは、現代社会での数多くのストレスを抱え込んだ都市住民が、安らぎや癒し、さらにはほんものの食（食材）などを求めて豊かな自然景観を備えた農山村へと向かおうとする動きであり、もう一方では都市住民を迎え入れることを通じて地域活性化を図りたいとする農山村住民の意識変化も進みつつあ

ることである。これら都市と農山漁村の共生・対流の萌芽を手掛かりに、日本農業の再建に向けた国民的合意をいかに形成するかが今後喫緊の課題であろう。

2.2. 食と農との関係をめぐる変化と新たな動き

高度経済成長期以降、女性の社会進出や家族世帯員数の減少を背景として食生活や生活様式が大きく変化した。洋風化・多様化に象徴される食生活の変化は、米食に代わる簡便食品としてのパンや麺類（カップラーメンなど）への依存を強め、さらに調理済み加工食品の利用頻度も高まった。そして、核家族化の進行や夫婦共稼ぎの一般化、さらには高齢者世帯の増加など、都市部を中心とした家族形態の変化を契機として、消費者の生活様式はより一層多様化することになった。

さらに近年では、脂肪摂取過多や“欠食”に象徴される食習慣の乱れ等の問題が指摘されているが、これらと密接に関連するのが食の「外部化」の進展である。「外部化」とは、私たちの食料消費形態が、「内食（生鮮素材を購入し家庭内で調理・消費する）」からシフトし、「外食」あるいは「中食（調理済み食品や弁当・そう菜類を購入し家庭に持ち帰ってから消費する）」への依存を強めていることを捉えた概念である。

内閣府「国民経済計算」等の統計資料から推計された食の「外部化」比率（2003年）をみると、食料消費支出の44.5%（調理食品〔中食〕：8.6%，外食：35.9%）を占めているが、近年の特徴は外食支出が伸び悩み傾向にあるのに対して、中食支出が顕著に伸びていることである。これは、百貨店（デパート）やスーパーの食料品売場に消費者の様々なニーズに応えるための各種調理済み食品（少量パックやカット野菜、さらには伝統野菜等のこだわり素材を使用したそう菜など）が所狭しと陳列されていることから確認できる。また、各食品メーカーにおいても、“Meal Solution（食に関する問題解決）”、“Home Meal Replacement（家庭料理に取って代わる）”などをコンセプトとする多種多様な商品開発を競い、中食市場への参入を図っている〔橋本ほか、2006〕

食の「外部化」が進展した原因として、①女性の社会進出に伴う家事労働の簡便化ニーズの高まり、②少子化の進展、高齢者・単身者世帯の増加に伴う消費単位の小口化などを指摘することができる。実際に、いまや家族全員が食卓を囲んで団らんの時を過ごすといった光景は急速に喪われつつあり、世帯員の生活時間帯がすれ違うことによって起こる「個食（孤食）」化が問題とされるほどである。

ところで、これら食の「外部化」の進展は、食料・食品の供給ルートを複雑化させ、元来身近であったはずの「食（消費）」と「農（生産）」との間の空間的・時間的・社会的距離をより一層拡大させた。それは、「食」に関わる調理工程の多くが家庭内から分離し、調理済み食品や外食を提供する食品産業の側に委ねることになったことで、「農」の営み（私たちの食卓にのぼる食品・素材を、いつ・誰が・どこで・どのように生産しているのか）に思いを馳せる機会を喪ってしまったことを意味する。その結果、現代の消費者は、食の安全性（添加物や残留農薬の使用状況など）や機能性（健康増進や医学的効能の有無など）には高い関心があっても、その根源ともいえるべき農業生産の実態については理解に乏しく、さらにはひと昔前までは各家庭で当然のように語り継がれてきた食

品・素材に関する基礎的な知識やその調理方法・技術などがほとんど継承されないという極めて不幸な現実直面している。簡便性の追求に伴う代償は余りにも大きいのかも知れない。いま、政府が国民運動として位置づけ、各界からも「食育（食農教育）」の必要性が叫ばれる所以はここにある。

ところで、これら食の「外部化」の担い手である食品産業の原料調達行動を、野菜・大豆を原料とする食品製造業を事例にみると、収穫後の生原料ではなく、乾燥・冷凍・塩蔵などの加工処理が施された中間原料の取扱が増加している、その場合、国産ではなく輸入原料への依存度が高くなる等の特徴が指摘できる（農林水産省「食品製造業における農産物需要実態調査」2000年）。しかも、原料野菜の輸入は、かつて国内生産の収量不足時や端境期にみられたような緊急時のスポット型のそれではなく、日本市場向けの計画的生産・供給体制が構築され世界各地から周年的に供給されている。日本側が現地生産者と契約を結び、品種や栽培方法を指定し、技術指導したものを輸入する（さらには、それら原料を日本向けに加工・調製する）という「開発輸入」がその典型であるが、その主たる担い手はわが国の商社や食品製造業である。

一般に、食品製造業においては、原料の安定供給はもちろんのこと、原料価格や加工処理に伴う中間原料の製造コストがどれだけ安いかがこれまでの主たる関心事であった。したがって、安価で豊富な労働力が利用でき、かつ外資導入に伴う規制緩和等により廃棄物処理関連の環境規制がルーズな国・地域に製造拠点を移すことも当然のように行われてきた。しかし、WTO体制下におけるこれら国際分業的な貿易メカニズムに起因して、相手国における自然破壊や環境汚染など生態系への負荷が増大する、相手国経済の健全な発展が阻害される、地域固有の伝統的食生活・食文化が喪われる、食の安全性確保のためのリスクコミュニケーションが図れない等の問題が顕在化してきた。

その結果、農産物輸出大国アメリカのCSA（Community Supported Agriculture：地域が支える農業）運動、イタリアの小農村から全世界に広がったスローフード（伝統的な食材やその生産者を守ると同時に消費者教育を進める）運動、イギリスの消費者運動を通じて提唱されたフードマイル（身近な地域で生産された食料を食べた方が輸送に伴う環境負荷が小さい）の概念、そしてわが国の地産地消運動（詳しくは後述）などはいずれも、食料主権を希求する草の根からの声に呼応しながら、食料供給のグローバル化に対する“アンチ・テーゼ”として市民権を拡げつつある。

とりわけ、わが国においては、食の安全・安心に対する消費者の関心の高まりを背景として、消費者が自己の判断で適切に商品を選択することのできるような食品表示制度の充実が進められる一方で、食品製造業の原料調達行動に国内の産地・生産者との契約取引を模索する動きが広がっていることは興味深い。

2.3. 地産地消運動の拡がり と都市・農山村交流への期待

地産地消とは「地域（地場）生産・地域（地場）消費」の略語で、地域（地場）で生産された産物をその地域（地場）で消費することを意味する。狭義には地域でとれた産物をその地域の住民（在

住・在勤・在学者）が消費することを指すと考えられる。しかし、本来地産地消は地元の生産者や消費者だけでなく、流通・加工・飲食業者を含む地域住民ができる限り「食」と「農」、「都市」と「農村」、「消費者」と「生産者」の空間的・時間的・社会的・心理的な距離を縮め、これらの乖離によって生じた矛盾を克服しようとする取組である。したがって、地域でとれた産物をその地域の加工業者や飲食業者が加工・調理し、地元住民やその地域を訪れた消費者（観光客）に提供することも地産地消と考えてよい。また、ここでいう地域（地場）の範囲は厳密に定められたものではなく、理想的には生産者と消費者とがお互いの存在を確認できる「顔の見える」範囲ということになるが、一般的には行政区画という同一市町村内、あるいは広くても同一都道府県内の範囲と考えるのが妥当であろう。

ところで、地産地消の概念は全く新しいものではない。系譜をたどれば、高度経済成長期における広域大量流通の進展、すなわち単一品目型の大規模遠隔産地と大消費地の拠点卸売市場とを一元的な農協共販で結合させるべく創出された近代的生産・流通システムや近代農業のもつ矛盾・問題点を解消するうえでの対抗軸として提唱された地場流通論、あるいは「地場産直」など生産者との交流を重視する生協産直の理念、さらには「定食圏構想」に象徴される「地域社会農業」論や「地域主義」思想に、その源流がある〔藤田、2000年〕

これら地産地消のあり方は決して画一的なものではなく、地域の個性に応じて様々な取組がみられる。以下に二つの典型的な取り組みを紹介しておこう。

第一は、近年全国的各地に設置され拡がりをみせる農産物朝市・直売所である。地産地消の典型的な形態とされているが、生産者グループが運営する非常設型の小規模な朝市から、道の駅への併設や農協直営による常設型大規模直売所まで様々であり、近年では後者のタイプの直売所の設置が各地で進んでいる。埼玉県が実施した初の全国調査（1997年度）では、全国の農産物産地直売の実施件数は1.1万件、延べ参加農家数は8.7万戸、総販売額は391.2億円であったが、現在ではこれらの数値を大きく上回っていることは明らかである。最近の調査（農林水産省「2004年度農産物地産地消等実態調査」2005年）によれば市町村・第3セクターや農協が設置する直売所2,374カ所の年間平均販売額は1直売所当たり7,462万円で、うち地場農産物の取扱割合は63.8%とされている。とくに、人気のある直売所では“リピーター”と称する常顧客層を地元以外の広域圏から獲得しており、都市・農村交流活動の拠点としての役割も期待される。

第二は、学校給食における地産地消である。文部科学省（2004年度）によれば、小学校では全児童数の99.4%（約715万人）、中学校では全生徒数の82.4%（約302万人）に学校給食が実施されている。学校給食は、栄養バランスのとれた食事を子供に提供することで、健康増進、体位向上を図るのみならず、給食時間以外の各教科や総合学習の時間等における農作業体験等と併せて「食育」の生きた教材として活用されている。なかでも、学校給食での地場産食材利用には、① 地域の自然・食文化・産業等に対する理解が深まる、② 生産者や生産過程等への理解を通じて食べ物への感謝の気持ちや生命の大切さを学ぶ等の効果が期待され、関係者の努力により各地で様々な取組が進められている。

2005年3月に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」では、地産地消を「地域の消費者ニーズを的確にとらえて生産を行う取組と、地域で生産された農産物を地域で消費しようとする取組の両面を持つ」新たな動きとして注目し、「攻めの農政」の展開に向けて重要な位置づけを付与している。そこでは、①生産者と消費者の信頼関係の構築、②消費者ニーズの把握と生産現場への活用、③「食」や「農」についての理解醸成、④農業者所得の多様化等の多面的な効果にとどまらず、⑤食料自給率の向上や地域経済の活性化にも貢献するものとして、地産地消の取組の全国的な拡がりに強い期待が寄せられている。

とりわけ、農山村地域で地産地消を推進する場合には、地元消費者のみを対象にするのではなく、グリーン・ツーリズムへの関心の高まりを背景として、自然景観のなかでの癒しやほんものの食材の魅力に惹かれて農山村を訪れる都市住民の“第二の故郷”として彼らを迎え入れ、リピーター（さらにはサポーター）として定着させることが重要である。農産物直売所や農林産物の加工・直売、さらには農家レストランや各種の農林漁業体験施設など、地産地消の様々な取組が、農山村地域での内発的発展を推進する起爆剤となることを期待したい。

現在、国、地方公共団体、農業者・農業者団体等が、相互協力と役割分担を図りながら地産地消を推進すべく、「地産地消推進（行動）計画」の策定が進みつつある。2006年度の概算要求「強い農業づくり交付金」においても、地産地消を推進するために必要な協議会組織の開催、行動計画の策定をはじめ、生産施設、加工施設、流通販売施設の整備に対する国庫助成（半額）が盛り込まれた。

また、消費者に対しては、農業や農産物さらには地産地消の考え方の普及啓発を推進することが重要な行政課題となるが、「食育基本法」の施行（2005年7月）を背景として、学校給食の現場で地場産農産物の利用促進を図るなど、全国各地で実施されている様々な食育の取組との連携も進みつつある。さらに、農協においては、2003年の第23回農協全国大会において、「消費者との共生」を推進する具体的方策として、ファーマーズマーケット（農産物直売所）を地産地消の拠点として位置づけ、すべての農協管内に設置することを確認しており、常設型の大規模直売所の設置計画が今まさに各地で進められている最中である。

さらには、農山漁村などに滞在し、その地域の自然や文化に触れ、人々との交流を楽しむグリーン・ツーリズムが注目を集めている。元来、農村に滞在しバカンスを楽しむといった余暇の過ごし方が多いヨーロッパで普及した旅のスタイルであるが、わが国においても新しい旅の形として定着しつつあり、(財)都市農山漁村交流活性化機構「グリーン・ツーリズムに関する調査」(2005年)によれば、その認知度は80%に達するという。また、同調査から農業・農村との関わりに求めるものをみると、①農村地域で心身をリフレッシュしたい(68%)、②新鮮な食材を使った郷土料理が食べたい(67%)、③農家の人たちと交流したい(59%)など、“癒し・食・交流”が期待されていることが分かる。

近年、行政の施策・事業のなかに「都市と農山漁村の共生・対流」という言葉がしばしば登場するようになった。これは、都市と農山漁村を行き交う新たなライフスタイルを広め、それぞれ

するヨーロッパ型のグリーン・ツーリズムとは異なり、週末滞在あるいは日帰り型のそれが支配的であることである。また、ツーリズム施設の運営主体についても、ヨーロッパでは農家（農場）民泊に象徴される個人経営が中心であるのに対して、日本の場合には国・地方自治体などの行政が自ら直営するものをはじめ、農林漁家のグループ、農協・森林組合・漁協等の生産者団体、あるいは第三セクター等の「地域経営体」によるものが多いとされる〔宮崎，2002年〕

そのような意味でも、地域経済の活性化を目的とした行政施策・事業等もうまく活用しながら、農産物直売所、農家レストランや各種の農山漁村体験施設などの面的な地域内連携（ネットワーク）を構築することが日本型グリーン・ツーリズム発展の鍵を握っているともいえよう。実際に、グリーン・ツーリズムへの取組を通じて、「観光による波及効果」や「地域特産物の販路拡大」、さらには「新たな雇用機会の拡大」などの面で、期待した以上の成果が上がっていると回答した市町村の割合は過半にのぼる（〔財〕都市農山漁村交流活性化機構「日本型グリーン・ツーリズム実態調査報告書」2002年）。例えば、兵庫県多可町（旧八千代町）では、滞在型市民農園をはじめとする多様な取組の経済効果を、7.7億円（直接消費）、波及効果12億円と試算している。

いま、少子高齢化社会の到来とともに、都市と農山村とのあいだの地域間格差がますます拡大するであろうことが危惧されている。しかし一方では、これら「食」と「農」をめぐる新しい動きの存在にみられるように、農山村地域に魅力を見出し、都市から環流しようとする人々とともに協働しながら、在来の地域資源を発掘・再評価し、さらには商品化するなどのブラッシュアップを図ることができれば、農山村地域において内発型の自立的な地域再生に取り組む条件が成熟しつつあるとみることもできよう。

3 和歌山県白浜町の観光振興と「食」

3.1. 白浜町および周辺市町における農業の特徴

西牟婁地方は紀伊半島の南西部、和歌山県の南部に位置し、海岸から山間部までを擁する一帯である。県内第2の都市である田辺市を中心に上富田町、白浜町、すさみ町の1市3町から構成される。総面積は1,460 km²で和歌山県の約31%を占め、うち87%が森林である。

表2から、管内の農業概況（2005年）をみると、農家人口は約1.3万人、農家数は5,060戸で、うち販売農家が3,553戸（70.2%）を占めている。さらに市町別にみると、田辺市の販売農家割合が76.6%と高いのに比して、他町では50～60%程度に留まっていることが分かる。また、販売農家を形態別にみると、田辺市で専業・第一種兼業割合が高くなっているのに対して、白浜町をはじめとする他町では第二種兼業割合が半分程度を占めていることが指摘できる。耕地面積は5,375haで、ウメ・かんきつ類（温州ミカンなど）を中心とした樹園地が全体の約67.5%を占めている。立地状況については、海岸部から山間部に至る畑地が大部分を占め、白浜町・すさみ町を中心とする一部河川周辺に水田が広がっている。

さらに、表3から、管内の主要作物別作付面積（2008年）についてみると、栽培品目は、農業

表2 白浜町および周辺市町（西牟婁地方管内）の農業概況

	田辺市		白浜町		上富田町		すさみ町		西牟婁計	
	(構成比)		(構成比)		(構成比)		(構成比)		(構成比)	
農家戸数[戸]	3,084	(100.0)	903	(100.0)	716	(100.0)	357	(100.0)	5,060	(100.0)
販売農家数[戸]	2,363	(100.0) (76.6)	547	(100.0) (60.6)	454	(100.0) (63.4)	189	(100.0) (52.9)	3,553	(70.2)
専業	1,050	(44.4)	205	(37.5)	152	(33.5)	75	(39.7)	1,482	
第一種兼業	611	(25.9)	72	(13.2)	77	(17.0)	13	(6.9)	773	
第二種兼業	702	(29.7)	270	(49.4)	225	(49.6)	101	(53.4)	1,298	
総人口[人]	82,484	(100.0)	23,640	(100.0)	14,773	(100.0)	5,292	(100.0)	126,189	
うち農家人口	9,275	(11.2)	1,737	(7.3)	1,715	(11.6)	520	(9.8)	13,247	
経営耕地面積[ha]	3,667	(100.0)	748	(100.0)	724	(100.0)	236	(100.0)	5,375	(100.0)
田	601	(16.4)	425	(56.8)	243	(33.6)	158	(66.9)	1,427	(26.5)
普通畑	176	(4.8)	94	(12.6)	27	(3.7)	23	(9.7)	320	(6.0)
樹園地	2,890	(78.8)	229	(30.6)	454	(62.7)	55	(23.3)	3,628	(67.5)

資料: 2005農林業センサス(農家戸数 農家人口)、農林水産統計年報(耕地面積)、2005年国勢調査(総人口)

表3 白浜町および周辺市町農業における主要作付面積（2008：ha）

	田辺市		白浜町		上富田町		すさみ町		西牟婁計	
	(構成比)		(構成比)		(構成比)		(構成比)		(構成比)	
温州みかん	601.0	(85.0)	7.0	(1.0)	99.0	(14.0)	0	-	707.0	(100.0)
梅	1791.0	(83.8)	93.0	(4.3)	235.0	(11.0)	19.0	(0.9)	2138.0	(100.0)
スモモ	39.0	(92.9)	0	-	3.0	(7.1)	0	-	42.0	(100.0)
レタス	0.2	(1.3)	10.0	(63.3)	3.0	(19.0)	2.6	(16.5)	15.8	(100.0)
豆類	2.5	(29.1)	5.3	(61.6)	0	-	0.8	(9.3)	8.6	(100.0)
大根	2.5	(45.5)	3.0	(54.5)	0	-	0	-	5.5	(100.0)
宿根カスミソウ	2.9	(90.6)	0	-	0.3	(9.4)	0	-	3.2	(100.0)
スターチス類	2.2	(88.0)	0.2	(8.0)	0	-	0.1	(4.0)	2.5	(100.0)
ストック	0	-	0	-	0.1	(3.2)	3.0	(96.8)	3.1	(100.0)
ガーベラ	0	-	1.5	(100.0)	0	-	0	-	1.5	(100.0)
シキミ	112.0	(71.1)	15.6	(9.9)	0	-	30.0	(19.0)	157.6	(100.0)
サカキ	95.0	(98.3)	1.5	(1.6)	0	-	0.1	(0.1)	96.6	(100.0)

資料: 和歌山県西牟婁振興局調べ(2008年4月)

産出額の約7割を占める果樹（ウメ、温州ミカン等のかんきつ類）を柱として、野菜、花きが栽培されており、地域別には田辺市、上富田町で果樹専業、あるいは果樹・野菜・花きの複合経営が営まれている。白浜町からすさみ町に至る海岸沿いの地域は野菜・花きの園芸農業が中心であるほか、田辺市や白浜町の中山間地帯では地域特産物として、ピーマン、シシトウ、花木（サカキ、シキミ）、茶などの栽培が行われている。

以上のように、白浜町およびその周辺市町の農業は、中山間地域を中心に高齢化の進展と後継者の不足、耕作放棄地の増加などの課題を抱える一方で、果樹・野菜・花きなどの部門で旺盛に営まれている。これは、管内の漁業資源と併せて、地元の料理・宿泊施設に対して豊富な食材（固有の地域資源）を供給する可能性に満ちていることを意味する。

3.2. 白浜町の旅館・ホテルの宿泊形態と食材調達

1) MS

MSは、白浜温泉旅館協同組合加盟旅館のなかでも最大規模の客室数（185室）を誇る施設である。通年の客室稼働率は平均して約60%であるが、近年では利用客の二極化（料理・部屋にこだわりの持つ高額プラン志向層とバイキング形式の料理で満足する低額プラン志向層）が進んでいる。団体お

表4 ヒアリング対象旅館・ホテルにおける宿泊形態および食材調達方法と地場産原料の位置づけ

施設名	客室数	客室稼働率(平均)	基本宿泊プラン(2食付)	宿泊形態(%)				夕食提供形態(%)			料理食材の調達方法	地場産食材の利用状況と位置づけ
				団体(旅行)	個人(旅行)	個人(ネット)	他(マン)	宴会場	レストラン	部屋		
MS	185	60	17,000	30	60	10	-	30	45	25	○魚(地元5社:70%+域外、インターネット) ○青果(地元1社+直売所で補完) ○肉(地元1社) ○魚(地元3社)	○青果では地元産原料比率50% ○原価率の範囲内で収めれば地場産も魅力 ○部屋食プランでは素材へのこだわりも可能 ○地場産を差別化するようにメニューを工夫 ○梅干、ワインなど地元特産品を盛り込む ○地元産表示に積極的に取り組みたい
RN	182	40	20,000	-	-	10	90	*	100	-	○魚(地元2社) ○肉(地元2社) ○魚(地元4社+域外2社(大阪)) ○青果(地元4社+域外1社(大阪)) ○肉+加工(地元4社) ○魚(地元4社)	○野菜では地場産原料比率10% ○かんきつ類はほぼ100%地産 ○「顔の見える」原料使用で差別化を図りたい ○青果では地元産原料比率90%を実現
SM	164	60	19,000	45	45	10	-	20	50	20	○青果(地元4社:70%+独自仕入) ○肉+加工(地元3社) ○魚(地元3社)	○原価率の範囲内で仕入方法を最大限工夫 (一部業者には市場格外品を専門に納入させ ○洋食主体だが国産素材へのニーズは高い
SG	100	75	23,000	50	25	25	-	45	30	25	○青果(地元2社) ○肉+加工(地元2社+域外2社(大阪)) ○魚(地元4社+自社出漁(地魚のみ))	○事業所ごとの仕入れを一元化した場合に 地産地消は安定供給面で不安が大きい
KW	88	55	28,000	20	35	45	-	-	100	-	○青果(地元2社+自家菜園) ○肉+加工(地元3社)	○納入業者に可能な限り地場産素材を依頼 ○旬の地魚、自家菜園野菜(有機)で差別化 ○部屋食の強みを活かして素材説明が可能
YZ	30	70	16,000	*	50	50	-	*	-	100		

資料:白浜温泉旅館協同組合資料および各社へのヒアリング調査(2008.3実施)により作成。
注:表中の「*」は、実際にはあるが構成比として記載するに満たないものを指す。

よび個人のバックツアーを合わせて旅行会社経由が約90%を占めるが、近年徐々にインターネットサイト経由の個人客が増えつつある(表4参照)。

夕食の提供形態については、年間を平均すると、団体客向けの「宴会場」が約30%、個人客向けの「レストラン(バイキング形式)」が約45%、個人客向けの「部屋食(上層階の高額プラン)」が約25%であるが、ファミリーの海水浴客の多い夏場には約70%が「レストラン(バイキング形式)」となる。また、朝食については、上層階の一部に「部屋食」の選択肢が残されているものの、基本的に全てのプランが「レストラン(バイキング形式)」である。

食材は、各素材ともに同社の仕入部門が地元納入業者を複数選定して調達するが、魚については県外業者やインターネット仕入等も併用する。さらに青果の場合には、地元農産物直売所での直接仕入(館内装飾用の花きも仕入)にも取り組んでおり、仕入部門の試算では地元産原料比率は約50%とみている。高額プランである「部屋食」の場合には、地元食材へのこだわりなど差別化を図るだけのコストを吸収できるが、「レストラン(バイキング形式含む)」では原価率の範囲内で収まる場合のみ地場産素材を導入することになる。

2) RN

RNも、客室数においては先のMSと並んで最大規模を誇るが、当施設は法人会員全国600社の会員制リゾート施設である。現在、宿泊客の約90%がメンバー会員の家族等で関東方面の家族連れも多い。残りの10%がビジター客向けにインターネットサイトで販売されており、朝夕2食付きのプランでは客単価で約2万円である。客室稼働率は年平均で約40%と低いことから、当施設を有するM観光グループは、今後ビジター客を約30%まで伸ばして稼働率を向上させることを目標に掲げている(表4参照)。

施設内での食事提供は、基本的に「レストラン(館内2カ所、朝食時はバイキング形式)」であるが、メンバー会員の場合には「朝食のみ」あるいは「素泊まり」という選択もみられることから、施設内利用率は夕食で約55%、朝食で約70%に留まっている。各食材の調達権限は、施設の料理長が持っており、メニューについては施設内の戦略会議(支配人、料理長、各部署責任者)で決定し、

本社の商品企画担当の了解を得る仕組みになっている。当施設については「地産地消」をコンセプトに掲げることが了承されており、旬の地魚や地元特産品である梅干や梅ワインをメニューに取り入れるほか、食品・素材の地元産表示についても積極的に取り組んでいくとの考えを持っている。

3) S M

S Mは、白浜地域に合計3つの宿泊施設を有するTグループの中核施設であり、客室数も164室と大きい。通年の客室稼働率は平均して約60%であるが、インターネットサイトから直接宿泊予約するタイプの宿泊客が増えはじめている。3,4年前からそれにあわせた営業スタイルにシフトしたが、旧来型の旅行会社経由での集客より目標値が明確であることから収益構造も改善されたと考えられる(表4参照)。

現在では、冬場の繁忙期を除いて通年的に個人客が増えており、すでに本施設では40-45%、グループ全体では50%強が個人客であることから、年齢層や男女別など多様化する顧客ニーズに沿ったプランニングの可否が集客の鍵となる。このような集客構造の変化は、当然食材の調達システムにも影響を与えている。

夕食の提供形態をみると、「宴会場」が約20%、「レストラン」が約50%、「部屋食」が約20%である。「部屋食」の場合には客単価増となるが、集客面ではむしろプラス効果が大きいと思われる。最も一般的である「レストラン(館内3ヶ所)」では、フルーツサービス、季節ごとの食べ放題、複数メニューからチョイス等の仕掛けを組み込んで変化をもたせるように工夫している。

食材の調達はグループ全体で窓口を一本化しているが、各素材ごとに複数の地元納入業者ならびに域外(大阪)の業者と取引することで安定供給と価格競争とを実現している。仕入権限は基本的に本社の仕入部門が一括して行うが、グループの料理長には20%の範囲内で独自に仕入れる裁量が認められている。かんきつ類はほぼ全量地元産で賄われるとみられるが、野菜については地元産原料比率(見込み)は約10%と少ない。今後は利用客層のニーズに即して、「顔の見える」原料である地場産農産物の利用を拡大していくつもりである。

4) S G

S Gは、客室数100室と中堅規模の施設であるが、通年の客室稼働率は平均して約75%と組合加盟旅館・ホテルの中でもトップクラスを誇る。この十数年のあいだに団体旅行から個人旅行へと宿泊形態が著しく変化し、現在では宿泊客の約50%が個人(旅行会社経由のバックツアーまたはインターネットサイト経由)となっていることから、それに応じた夕食提供の場として個室タイプの「レストラン」施設の整備を進めてきた(表4参照)。

夕食の提供形態は、団体客向けの「宴会場」が約45%、「レストラン」が約30%、「部屋食」が約25%となっているが、本施設の特筆すべき点としては館内に厨房施設が6ヵ所配置されていることであろう。そこでは、総料理長の指揮のもと各所に料理長が配されるほか、総勢19名の料理人が調理を担当し、「部屋食」や個室タイプの「レストラン」の利用客に“一品出し”を旨とするサービスが行われる。さらに、利用客からの料理素材等に関する説明に対応できるようにとの配慮から、客室係の教育を総料理長自らが行うなどの徹底ぶりである。本施設に対して与えられる

宿泊客からの高い評価は、このような接客対応によるところが大きいと考えられる。

また、食材の調達においても、総料理長のこだわりの姿勢が伺える。例えば、各素材ともに地元納入業者からの仕入を基本としながらも、野菜の場合には地元地方卸売市場の買参権をもつ納入業者を通じて、いわゆる市場流通の「格外品」等を中心に買付する等の方法で、厳しい原価率の範囲内でも最大限の工夫を凝らし、鮮度感のある地場産農産物を安価で調達している。一般に、規格が不揃いな「格外品」は、大量の下処理とスピードが要求される調理場には敬遠されることが多いが、本施設の場合には厨房施設数が多い（つまり、一厨房当たりの担当出食数が少ない）ことから、料理のグレードに即したフレキシブルな対応が可能となっている。その結果、青果の地元産原料比率は約90%にも達している。地域資源である地場産農産物を最大限利活用したいとの総料理長の思いは、本施設でこれまで約180名もの料理人を育て、世に送り出してきたという姿勢に通じるものがある。

5) K W

KWは、北海道、東北、関東、白浜に宿泊施設をチェーン展開するK観光グループに属し、白浜地域に位置する4施設のうちのフラッグシップである。客室数は88室と中堅規模であるが、全室スイートで館内に同じ部屋が二つとないことから宿泊単価も高く、施設での滞在そのものに価値を認める宿泊客が多い。宿泊客の約80%が個人（旅行会社経由のバックツアーまたはインターネットサイト経由）で、女性客比率は約70%である。また、関西圏を中心とする固定客（リピーター）も多く、全体の約70%を占める点も特筆される（表4参照）。

食事は、夕食・朝食ともに館内レストランでのコース料理のみに限られる（ただし、繁忙期の週末のみバイキング形式を導入することもある）が、現在では宿泊客の和食と洋食（地中海料理）との選択比率はほぼ同程度で、洋食選択比率が年々高まっている。

食材の調達については、これまで白浜地域内グループの各施設が独自に行ってきたが、今後は4施設合同で仕入体制を一元化する方向を模索し始めている。現在は、各素材ともに地元納入業者を複数選定して調達しているが、地元産原料の取扱比率は必ずしも高くはない。洋食部門においても国産素材使用への宿泊客のニーズは高いことから、地産地消型の流通システム構築には関心があり、また地元生産者への期待も大きい。しかし一方では、仕入体制の一元化に向けて安定供給という面での不安感は隠せない。

6) Y Z

YZは、創業1604年という歴史を有する白浜温泉の旅館・ホテルのなかでも最老舗施設である。通年の客室稼働率は約70%と総じて高く、春・夏のシーズン期および週末の年間約150日はほぼ満室の状況であるが、宿泊客のほとんどは個人（旅行会社経由のバックツアーとインターネットサイト経由とがほぼ半々）となっている（表4参照）。

十数年前から個人宿泊客が増加し始めたのを契機として、一部の団体客を除いてすべてを夕食・朝食ともに「部屋食」での出食に切り替えるなど他施設との差別化を図っていることが特徴である。また、料理メニューの選定は、料理長と経営者とが常に相談しながら、マンネリ化しな

いように工夫を凝らしている

食材の調達には、各素材ともに複数の地元納入業者からの仕入を基本としており、取引業者には可能な限り地場産農産物を納入するように依頼しているほか、独自の取り組みもみられる。例えば、経営者自らが出漁し釣り上げた旬の地魚を素材として懐石プランを創作する、自家農園で作付けした有機野菜などを食材利用し安全・安心をPRするなどがそれである。また、「部屋食」での料理提供は、客室係を通して素材のこだわりに関する宿泊客への情報提供を可能としており、それが本施設の魅力の一つとなっていることは間違いない。

3.3. 白浜町の観光振興における「食」のこれから

以上みてきたように、ヒアリング調査を実施した旅館・ホテルでは、固有の地域資源である地元食材の優位性を再認識し、鮮度や安心感など地域ブランドを訴求することで、集客面での差別化を図るべく導入が検討されつつある。しかし、個々に特徴的な取り組みはみられるものの、前述した白浜町および周辺町が擁する豊富な農山資源を十分に活用した地産地消型の食材供給システムが確立しているわけでもない。実際に、地元納入業者の取り扱う食材が、すべて地場産農産物であるという保証はどこにもないのである。

従来、地元で収穫される農産物は、京阪神地域をはじめとする域外消費地（卸売市場）に、“農協共販”を通して出荷・販売されることが一般的であり、産地サイドにおいても地元消費市場に対する販売を必ずしも重視してきたわけではなかった。また、旅館・ホテル等の業務需要と産地が直接に取引を行う場合には「契約取引」が一般的であったことから、①年間を通した供給数量の安定性に対する要求が厳しい、②市場価格と連動することなく取引価格が固定化されるなどの事情から、産地サイドにとっても条件の良い販路とはいえない面があった。さらには、施設の料理長を柱とする“板場”と食材納入業者とのあいだに固定的な取引慣行が存在するなど特有の事情もあり、これまで産地（生産者や農協）と地元旅館・ホテルとのあいだには地元食材の需給をめぐる齟齬があったことは否めない。

しかし、近年になって、これらの動きに変化が生じている。例えば、産地サイドでは、“作ったものを売る”式の域外消費地向けの市場出荷（農協への委託販売）のみで良しとするのではなく、“売れるものをどう作るか”という視点から、業務需要など実需者との契約型取引や、ともすれば敬遠されてきた地産地消型流通（農産物直売所を含む）への取り組みを始めるなど意識変化が起きている。とりわけ、食の安全・安心に対する消費者の関心の高まりが地産地消への期待を拡げていることや、中食・外食の担い手である食品産業がその原料調達行動を「国産回帰」の方向にシフトさせたことは、産地にとっては大きな“追い風”となっている。

一方の旅館・ホテルにおいても、マス・ツーリズムから転換した個人・グループ旅行客の国内観光へのニーズが多様化し、なかでも“ご当地ならでは”の料理や食材へのこだわりの有無が、宿泊施設選択の有力な基準とされていることへの対策を迫られつつある。もちろん、旅館・ホテル施設の規模（客室数、出食数）も大きく異なることから、全ての施設が全面的に地産地消型の食

材調達に転換するなどのことは非現実的である。しかし実際には、幾つかの施設において、地場産食材利用を献立に組み込んだこだわり型の宿泊プランの導入や、管内レストランあるいは調理場の単位で一部差別化メニューとして出食する、あるいは朝食バイキング時のサラダバーの野菜に地場産である旨を表示する等の取り組みに関心が高まりつつあることは注目すべきである。

幸いなことに、当該地域を管轄エリアとするJA紀南は、西牟婁の1市3町（田辺市、白浜町、上富田町、すさみ町）に加えて中辺路町、日置川町、串本町、大塔村をも含めた広域をカバーしているのと併せて、梅製品の加工・販売事業への参入を機に、市場出荷のみならず末端の実需者との契約的な取引についての豊富な経験を有する農協である。豊富な地域資源である地場産農産物の品揃え確保と安定供給の実現という二つの面から、同農協には宿泊施設と連動した地産地消型システム構築に向けた取り組みの拡充を期待したい。

4 長野県飯田市における観光振興と「食」

4.1 飯田市における農業の特徴とグリーン・ツーリズム

飯田市は、長野県の最南端いわゆる伊那谷の中心都市である。市人口は約10.8万人、天竜川両岸に広がる面積は約659km²であるが、東に南アルプス、西に中央アルプスがそびえ、山裾は扇状地と段丘が広がるなど、豊かな自然と優れた景観、四季の変化に富んだ暮らしやすい気候に恵まれた地域である。天竜川畔は主として水田、段丘地帯は畑地で、果樹園が散在している。周囲および南部高原地帯は主に山林で、中には標高2,000mを超える山々もある。

同市は、古くから東西日本を結ぶ文化の回廊の要地として栄え、人々の進取性と学究性に富んだ気質により特色のある文化を築いたことで知られ、優れた文化人を多数輩出してきた。昭和22年の大火により、古来から“小京都”といわれた市街地の大半を消失したが、「りんご並木」に象徴されるように、都市計画に基づく整然とした緑の街路は、防火モデル都市として全国に誇るまでに生まれ変わり、文化施設や環境衛生施設等も急速に充実し、近代的文化都市として発展してきた。さらに近年では、人形劇のまちとしても脚光を浴びるなど、国際的文化都市としても注目を集めている。

とりわけ、1997年に全国に先がけて「エコタウン」の地域指定を受けたことを契機として、地域の持つ魅力を活かした体験教育旅行やエコツーリズムの先進的取り組みが進められるなど、地域活性化に向けた歯車が大きく前進した。しかし一方で、近年でもなお同市の人口は減少傾向が続いており、高校卒業者の地元定着率の低さなど地域経済の縮小やまちづくりの衰退に繋がりがかねない事態が進行している。

そこで、2007年には『住み続けたいまち 住んでみたいまち 飯田 人も自然も輝く 文化経済自立都市』を目指した地域経済活性化プログラムを策定し、① 事業者活動の積極的支援、② 人材育成と企業・人材誘導、③ 地域内産業の多様な連携を推し進めている。とりわけ、 については、「農業・商業・地場産業・観光などの地域産業の多様な連携により、資源を資産に変える新

たな経済活動の創出を促進」することや、「外貨流出を防ぐための取り組みとして、農産物だけでなく様々な地域産品の域産域消を促進」することが期待されている。飯田型グリーン・ツーリズムとして知られる様々な取り組みも、すべてこれらの地域づくり戦略の一環として行われているのである。

表5から飯田市農業の基礎指標についてみておく。まず、農家人口については2000年当時と比較して、18ポイント減少しているとはいえ、2005年現在でも飯田市人口（約10.8万人）の約12%を農家人口が占める。農業就業人口（2005年）は約5700人で、2000年対比で13ポイント減少しており、そのうち60歳以上の割合は71%と増加傾向にある。一方、基幹的農業従事者の割合は75%と微増していることから、60歳未満層の担い手が一定規模で存在するとみられる点は注目すべきである。また、耕作地についてみると、田・畑・樹園地の構成に変化はないが、これについても2000年対比で約13ポイント減少している。さらに、耕作放棄地率も7.6%から9.6%に増加している点は見逃せない。

さらに、表6から農業産出額の構成をみると、この5年間は、耕種部門が約63%、畜産部門が約25%、加工農産物部門が約12%で推移している。飯田市は耕種部門作物の南北限といわれ、ほぼ全ての農産物が栽培可能であるなど恵まれた地域であることから、多品目生産を特徴としているが、梨（県内第1位）、小梅（同第1位）、ブルーベリー（同第2位）、キュウリ（同第1位）、シクラメン（同第1位）等の主力品目も盛んである。また、畜産部門についても、肉牛（同第1位）、やぎ（同第1位）を誇るほか、加工部門の代表選手である「市田柿」については、全国第1位のシェア

表5 飯田市農業の基礎指標

	農家人口	農業就業人口 (男女計:人)	うち60歳 以上	うち基幹的 従事者	経営耕地 面積(ha)	田	畑	樹園地	<参考> 耕作放棄 地率(%)
2000年	15,343 [100]	6,574 (100.0)	4,420 (67.2)	4,575 (69.6)	2,260 (100.0)	849 (37.6)	531 (23.5)	880 (38.9)	7.6
2005年	12,583 [82]	5,714 (100.0)	4,062 (71.1)	4,305 (75.3)	1,956 (100.0)	740 (37.8)	459 (23.5)	757 (38.7)	9.6

資料:各年農林業センサス

表6 飯田市農業の産出額構成

	総額 [a+b+c]	耕種計 [a]	米	野菜	果実	花き	その他	畜産計 [b]	肉用牛	乳用牛	豚	その他	加工 農産物 [c]
2000年	1,102 (100.0)	704 (63.9)	145 (13.2)	183 (16.6)	278 (25.2)	77 (7.0)	21 (1.9)	269 (24.4)	68 (6.2)	103 (9.3)	75 (6.8)	23 (2.1)	130 (11.8)
2001年	1,021 (100.0)	640 (62.7)	137 (13.4)	162 (15.9)	241 (23.6)	78 (7.6)	22 (2.2)	261 (25.6)	65 (6.4)	95 (9.3)	87 (8.5)	14 (1.4)	121 (11.9)
2002年	1,040 (100.0)	659 (63.4)	136 (13.1)	172 (16.5)	255 (24.5)	77 (7.4)	19 (1.8)	261 (25.1)	76 (7.3)	87 (8.4)	84 (8.1)	14 (1.3)	120 (11.5)
2003年	978 (100.0)	620 (63.4)	153 (15.6)	161 (16.5)	211 (21.6)	78 (8.0)	17 (1.7)	242 (24.7)	67 (6.9)	83 (8.5)	79 (8.1)	13 (1.3)	117 (12.0)
2004年	990 (100.0)	618 (62.4)	130 (13.1)	153 (15.5)	246 (24.8)	72 (7.3)	17 (1.7)	244 (24.6)	70 (7.1)	81 (8.2)	80 (8.1)	13 (1.3)	128 (12.9)

資料:長野県生産農業所得統計(各年)

注:2000年は「粗生産額」、2001年以降は「産出額」を示す。

を有する。

以上のような農業基盤をベースに、飯田市が推進する都市農村交流は、体験型教育旅行の誘致や農家民泊の拡がり、そしてワーキングホリデーの実施などに象徴されるが、単なる観光振興ではなく自立した持続可能な地域づくりを目指す「飯田型ツーリズム」として展開していることが特徴である（表7参照）。2004年に第1回オーライニッポン大賞グランプリ内閣総理大臣賞（財都市農山漁村交流活性化機構）を受賞したわが国のグリーン・ツーリズムの展開方向をリードするまさに先進地である。

元来、飯田市のグリーン・ツーリズムは、リゾート開発等に縁のない手つかずの自然景観と、そこで生計を営む人々のありのままの暮らしを地域資源として重視する点が特徴であったが、農山村に修学旅行生や都市住民を誘致し消費行動を取らせるビジネス型から、現在のように定住化を促進する新たな段階に移行したのは、1998年に導入されたワーキングホリデーが契機であった。飯田市が主宰するワーキングホリデーは、観光目的ではなく「田舎で暮らしたい」、「農業に取り組みたい」といった要求を持つ層にターゲットを絞り込み、繁忙期の農家に無償で労働力を提供する代わりに、当該農家に民泊し寝食を共にしながら農村生活を体験するという主旨で、年2回春と秋の時に3泊4日の短期滞在研修プログラムとして実施されている（上記期間以外での中期滞在も受け入れ可能）。

現在、ワーキングホリデーの登録者は約1,100名、2006年には年間467名（延べ2,181日、ただし市役所が掌握する公式訪問のみ）が当地を訪れており、92戸の農家が受け入れ実績を持つ。地域的には関東地区からの参加が約半数を占めるが、「農家の温かさ対話」に魅力を感じた老若男女の援農ボランティアが全国各地から集まっている。ワーキングホリデー参加者のリピーター率は60%以上で、援農を契機として地元農家との交流を深め、その地域に新規就農する場合も少なくない（2002～2006年の5年間に14世帯が定住・新規就農）。ここでは、ワーキングホリデーが、都市住民に対して、農山村移住の「お試し期間」としての機会を提供する（逆に農家の側は、就農希望者の適性を見極める）場となっているとともに、実際の就農時には研修時の受入農家が地域の「里親」として、移住者の住まい・農地の確保や集落での信用力を付与する役目も担っていることが特徴である。

表7 飯田型ツーリズムの概要

年度	体験型観光			援農事業	人材育成	エコツアー				計
	体験教育旅行	子ども体験村	その他ツアー	ワーキングホリデー	あぐり大学院	ドンダリの森小学校	和菓子探訪	桜守の旅	スノーシュートレッキング	
2000	12,000	308	-	909	225	150	-	-	-	13,592
2001	23,000	224	-	618	600	150	-	-	-	24,592
2002	35,000	273	147	980	315	162	-	1,000	40	37,917
2003	35,500	140	-	1,409	332	165	-	2,500	120	40,166
2004	49,500	280	-	1,357	90	150	100	2,500	230	54,207
2005	54,000	84	300	1,536	60	150	3,200	2,500	360	62,190
	209,000	1,309	447	6,809	1,622	927	3,300	8,500	750	232,664

資料：井上弘司「定住を目指す新たなグリーン・ツーリズム」『農業』（大日本農会）2007、pp.69-75より作成。

注：1)「ワーキングホリデー」の人数は、延べ数である。

4.2. 農家民泊を通してみた農山村型地産地消と「食」

以上みたように、「飯田型ツーリズム」は、着地型観光を展開するコーディネート組織（観光公社）の確立や条例等の法制度面からの裏付けを得て、多様な広がりをみせてきた。しかし、その土台にあるのは、四季折々にもたらされる地元農林産物などの豊富な地域資源の存在である。そこで、以下では農家民泊やワーキングホリデーの機会を利用して実施したヒアリング調査等も踏まえながら、飯田市の農家民泊における農山村型「地産地消」の取り組み状況とその効果や意義について検討することにした。

「地産地消」については、その運動の広がりや背景論について既に整理したところであるが、国の推進計画による地産地消のエリアが「顔の見える」地元自治体を基本にしながらも、一方では自給率向上に帰結する国産農産物全般にまで対象を広げていることについては批判的に捉える向きもあろう。しかし、実際には農山村地域において「地産地消」の推進を考える場合には、まさに都市の場合のそれとは正反対の「ミスマッチ（生産供給力は充分にあるが地元消費需要がない）」をどう解消するかが問題となる。

したがって、農山村地域に位置する農産物直売所（食堂施設を含む）はもちろんのこと、農家・農村レストランや地元料理店、さらには農家民泊での「食」などの様々な機会を利用しながら、農山村を訪れる都市住民にご当地ならではの旬の食材や伝統料理など本物の「食」を提供することで、リピーターとして定着させていくことができれば、農工商連携を通じた地域経済の活性化など「地産地消」に期待される効果を発揮することが可能である。

さらに、国民運動として推進されている「食育」についても、農山村地域にはその土台となる「農（生産）」の営みが豊富に存在することから、「食育」推進には格好の生きた教材の宝庫である。実際に、2008年度を起点に5年間で全国の小学生約120万人に一週間程度農山村での生活を体験させるという3省（総務省・文部科学省・農林水産省）合同事業「子ども農山漁村交流プロジェクト」が開始されるなど、都市農山村交流の場のみに留まらず、食（農）教育の場としての農山村の存在価値についても注目が集まっているのである。

“飯田型ツーリズム”の象徴ともいえるべき農家民泊は、昭和30年代に同市山間部の千代地区の数件の農家が簡易宿所の免許を取り「千代高原学生村」として農家民泊を開業したのが始まりとされている。そして、同地区は現在においてもなお、体験教育旅行の小中学生を農家民泊させる受入農家群の牽引車としての役割を果たしている。

現在、農家民泊の受入農家数は、飯田市内で約400戸、観光公社の管轄エリアである南信州地域まで含めると計600戸余りにも達するという。ワーキングホリデーの受入農家（約100戸）は、取り組みの性格上、どちらかといえば専業農家を中心であるが、小中学生を対象とする体験教育旅行参加者の受入農家の場合は、兼業農家や高齢者世帯の農家なども数多く参加している。現在の農家民泊のスタイルが確立したのは、1990年代後半以降のことであるが、当初は小中学生であるか就農志向の成人であるかに関わらず、自分の居宅に他人を寝泊まりさせるというスタイルに少なからず抵抗もあった。その後、市役所（農業課）や観光公社の熱意ある説得や工夫の結果、

現在のような規模まで受入農家が広がってきたが、そこには決して平坦ではない道のりがあった。

とりわけ、農家民泊に新たに取り組む場合に、最大の参入障壁となっていたのは農家での食事の提供であった。というのも、宿泊者にとっては農山村での宿泊体験における大きな魅力であるはずの農家での「食事」は、提供する側の農家からみれば、繁忙時などはもっとも手間が必要で、しかも衛生管理など気遣いを求められるものと考えられていたからである。そこで、このような問題を克服すべく考案されたのが「泊食分離」と称する農家民泊のスタイルであった。

「泊食分離」とは、農家がかつとも躊躇する食事（夕食）の提供を“外部（近隣の食堂や農家レストランなど）”に委託することで、民泊受入農家の底上げを図ろうとする仕組みである（場合によっては、入浴についても近隣の公共施設を利用することも含まれる）。現在でも農家民泊の受入農家の多くは自己完結型の農家民泊に取り組んでいるが、「泊食分離」スタイルの選択が可能となったことによって農家民泊の受け皿は大きく広がったと考えられる。先述の千代地区に2001年に開業した“農村寄食舎「ごんべえ邑」(農村レストラン)”は、まさにその精神を具体化したものである。

「ごんべえ邑」は完全予約制の施設であり、その日のうちに近隣農家が自分の畑や山で収穫・採取した新鮮な地場素材を活用して食事を提供するために、決まったメニューは存在しない。しかし、広大な自然に囲まれて昔ながらの「箱膳」で、農家と語り合いながら旬の地元料理を味わうという“共食”の空間に身を置くことの豊かさに魅せられた参加者のリピーターが絶えないという（また、同施設では「どぶろく」製造も認められている）。

ところで、これら「泊食分離」は、新規参入者はもちろんのこと、長期滞在型のワーキングホリデーを受け入れる農家などの負担軽減に大きく奏功したことはいうまでもない。しかし一方で、「泊食分離」によって、食品衛生や旅館業等の法規制をクリアしやすくなることはもちろんのこと、農家完結型の民泊の場合にはともすれば“囲い込まれてきた”とされる都市からの訪問者を地域の食堂などの施設に送り出すことによって、① 農家以外の地域住民との交流や連携が広がる、さらには② 地域への経済波及効果が高まることはもちろん、地域が一体的に協力して交流人口の拡大に取り組むという気運を醸成できる、などのメリットも期待されている。今後、新たに「農家民泊」に取り組もうとする地域にとっても、極めて示唆に富むシステムである。

4.3. 民泊受入農家の意識と食事提供をめぐる考え方

< 農家①：千代地区 >

農家①の世帯員数は6名で、うち農業従事者は経営主夫婦（ともに48歳）の2名である（表8参照のこと）。主な栽培品目は、「りんご、市田柿、平飼養鶏、タラの芽、梨、スモモ」で、果樹を中心に多品目を組み合わせた作付を行っている。農産物はすべて市場外流通で販売しており、直売所（サービスエリア、温泉施設付設コーナーを含む）、消費者へのダイレクト便となっている。

農家民泊への取り組みは比較的早く、市役所からの勧めを契機に1997年から受入を開始している（経営主の子供時代に、「千代高原学生村」の学生を受け入れた記憶が残っているとのこと）。農家経営に占める民泊関係の収入は5%未満に過ぎないが、利用者から感謝の手紙が届くなど気持ちの張り

表 8 - 1 ヒアリング対象農家の基本属性

農家	農家世帯の概況			主要栽培品目	販路
	世帯員数	うち農業	従事者年齢		
①	6	2	男48 女48	りんご、市田柿、養鶏、タラの芽、梨、スモモ	直売所、サービスエリア、温泉施設
②	6	2	男66 女*	トマト、キュウリ、米、小芋	自家消費のみ
③	3	3	男*、* 女*	牛乳、野菜全般	農協(牛乳)、自家消費
④	6	2	女57 女76	梨、りんご、キウイフルーツ、米、鶏卵、野菜	農協(果物)、産直(宅配)、直売所、自家消費
⑤	6	3	男29、64 女63	なめこ、市田柿、米、そば粉、大豆、アスパラガス	卸売市場、直売所、自家消費

資料：和歌山大学経済学部観光科学学生による現地ヒアリング調査(2007年9月および11月に実施)より作成。

に繋がることも多く、開始当初は試行錯誤で大変であったが、今では利用者の訪問が楽しみに感じるようになった。ただ一方では、最近では体験教育旅行の参加人数が多くなってきた分だけ、本来あるべき農家体験が不十分なものに終わってしまっているのではないかと危惧も感じ始めている。

民泊時の食事メニューは、経営主自身が考えるのが基本であり、家族と同じメニューで同じ食卓を囲む“共食”の空間を重視している。ただ、WH(ワーキングホリデー)に参加する大人の場合には「普段食」と全く同じものを提供すればよいが、小中学生の場合には農村での「普段食」に馴染まないことも多いために、パーベキューや中華料理などの子供向けのメニューを取り入れて、“素材から一緒に作って食べる”体験をさせるように心がけているという。これも本来の農家体験という意味では悩ましいところでもあることから、まさに「食農教育」の必要性を痛感している。食材は、農協の直売所から地元産の食肉を仕入れるほかは基本的に自家農園からの調達を基本としており、地元産割合は約60%程度という。

農家では、WH・体験教育旅行の参加者をともに民泊で受け入れているが、開始当初は気疲ればかりが多く、家族からの協力も得にくい部分があったが、現在は家族ぐるみで受け入れることに喜びを感じるようにさえなっている。また実際に、WHなどは作業内容をうまくアレンジすれば農業の素人でも役に立つことが多いので、労働力としても十分に期待できるようになったと感じている。

< 農家 : 千代地区 >

農家の世帯員数は6名で、うち自家農業には経営主(66歳)とその妻の2名が従事している。主要栽培品目は、「トマト、キュウリ、米、小芋」とされているが、自家消費のみの自給農家である。農家民泊は2001年頃に観光公社からの勧めで取り組みを開始したが、若い世代を中心とする多くの消費者と接点をもつことができ、さらに交流が深まるなどの面で満足している。また、民泊によって副収入が増加したことも評価している(表8参照)。

表 8-2 ヒアリング対象農家の民泊に対する意識

農家	民泊開始時期	収入に占める割合	WH期間中の作業	民泊開始の契機	民泊を開始して良かったこと	民泊で問題を感じている点	わが家の特徴	都市農村交流による地域の変化
①	1997年	5%未満	-	市役所の勧め	○農家民泊を経験した高校生の親から「親子の会話が增进了」と感謝の手紙が届いた。 ○最初は試行錯誤で大変だったが、慣れると(受け入れる側も)楽しくなる。 ○副収入の機会となった	○(教育旅行の場合)生徒数が多いので、農家だけでは対応不十分で、体験が中途半端になってしまう ○「郷土料理」は子どもたちは食べない(BBQでも都市の子どもたちは一緒に作って食べることに喜びを感じているようだ)	○メニューに工夫を凝らして子どもたちと一緒に調理するようにしている	○WHにより労働力不足が解消された ○受入開始当初は気疲ればかりで家族の協力も消極的だったが、現在は労働力として期待できる。
②	2001年	5%未満	-	観光公社の勧め	○多くの消費者と接点をもてる(特に若者から元気をもらえる) ○リーダーとの交流が深まる	○中学校の修学旅行生を受け入れたときに室内への落書きがあった	○夕食には必ず竹ご飯(竹割りから一緒に作業)をだす	○農家収入(副収入)が増加した
③	1996年	-	牛舎清掃作業全般	市役所の勧め	○普段交流できない人々と交流できる	○事務局(市農業課)が参加者の視点で窓口対応できているか	○お客さん扱いは一切せず家族同様の扱いを心がけている	○WH参加者による地域農業への活性化効果が大きい
④	1999年	-	受粉、摘果、収穫、調製(果樹)	市役所の勧め	○(思ったより)農作業を任せられるので労働軽減効果がある	○参加者の選別	○民宿・どぶろくの許可を取得している ○ひのき風呂、水車等の施設がある	○地元経済への波及効果がみられる ○地元農家の労働軽減に繋がっている
⑤	2002年	-	調製(きのこ、市田柿)	人手不足で悩んでいたから	○人手不足が解消した ○様々な消費者に出会える	○連絡なしに直接訪問してくる人もいる	○特になし	○WH参加者が飯田市に移住している

資料:和歌山大学経済学部観光学科学生による現地ヒアリング調査(2007年9月および11月に実施)より作成。

注:表中「WH」は「ワーキング・ホリデー」を指す。

表 8-3 ヒアリング対象農家が民泊時に提供する食事・食材

農家	民泊時の食事について			宿泊者に提供する定番メニューの有無	近隣農家との申し合わせは	地元食材利用割合(%)	食材調達方法
	献立は誰が	家族と同じ食事が	家族と共に食卓を囲むか				
①	本人	同じ	常に一緒に	体験教育旅行参加者は中華・BBQまたは「ごんべえ色」利用 WH参加者は普通の家庭料理	なし	60	自家農園、直売所(豚肉のみ)
②	本人	同じ	なし(別)	竹ご飯、五平餅、ゆが(お)瓜または「ごんべえ色」を利用	五平餅、ラム肉の焼き肉	90	自家農園
③	母親	同じ	常に一緒に	五平餅	なし	80	自家農園、地元商店(味噌)
④	本人	同じ	時々ある	鶏卵の卵袋、その日に収穫した自家農園野菜	なし	90	自家農園
⑤	本人の妻	同じ	常に一緒に	五平餅、鯖寿司	鯖寿司、味噌、豆腐	80	自家農園、直売所(野菜)、地元商店(肉・魚)

資料:和歌山大学経済学部観光学科学生による現地ヒアリング調査(2007年9月および11月に実施)より作成。

注:表中「WH」は「ワーキング・ホリデー」、「ごんべえ色」は泊食分離対応の共同利用施設を指す。

民泊時の食事メニューは経営主が決めるのが通例である。内容は同じであるが農家の世帯員と宿泊者とが同じ食卓を囲むスタイルは採用されていない。提供する食事については、夕食時には必ず竹ご飯(竹割りから一緒に経験)を提供するほか、小中学生を迎え入れる場合には、近隣農家とも申し合わせて、郷土料理の一品である自家製“五平餅”とラム肉使用の焼き肉を共通品目として提供している。なお、料理素材の調達はほぼ90%が自家農園で賄われている。

< 農家③：川路地区 >

農家③は、経営主夫婦およびその長男の農家世帯員3名すべてが農業に従事しており、主に「牛乳、野菜全般(自家消費のみ)」とを経営する酪農家である(表8参照)。民泊への取り組みは1996年からと早く、市役所からの勧めを契機にWHへの参加者を対象に開始した。民泊希望者には、牛

舎清掃をはじめ搾乳作業全般の担当を求めているが、民泊時においても“お客さん扱い”することなく家族同等の扱いを心がけているという。

宿泊者には必ず“五平餅”が振る舞われるが、WHの参加者と農家世帯員とが同じ食卓を囲んで食事を採りながら、交流を深めることを重視している。とくにWHを通じて農業・農村に関心を持つ都市からの人々を受け入れることを通じて、地域農業に対する刺激（活性化効果）が高まったことは評価している。なお、食材は、地元商店から一部の調味料を購入する他は、すべて自家農園で収穫できる農産物を使用している。

< 農家④：千代地区 >

農家④の世帯員数は6名で、うち農業従事者は女性2名（57歳，76歳）である（表8参照）が、主な栽培品目は、「梨，りんご，キウイフルーツ，米，鶏卵，野菜」と多品目型の経営内容となっている。農産物の販売は、果樹のみ農協の出荷部会（共販）で販売するほかは、産直（消費者へのダイレクト便），または直売所への出荷となっている。

農家民泊への取り組みは、市役所の勧めを受けてWHへの参加者を受け入れるようになった1999年から開始している。同農家がWH参加者に任せる仕事内容を見ると、（例えば秋季のWH募集期間中であれば）果樹の「受粉，摘果，収穫，調製」など重要な作業工程が含まれていることが分かる。これは、WH参加者には農家を特定したりピーターの存在も見受けられることから、実際には期待した以上に農作業を任せられることも多く、農家の労働節減効果は大きいと見ていることの表れでもある。

同農家が宿泊者に提供する食事は、基本的に家族と同様のメニューのものであるが、常時農家の世帯員全体で食卓を囲むという訳ではない（これもあまり気構えずに継続させるポイントであるとのこと）。取り立てて定番メニューはないが、鶏卵の卵袋とその日のうちに自家農園で収穫された新鮮な野菜を素材として使用することにしており、地元産割合はほぼ90%であるという。

< 農家⑤：三穂地区 >

農家⑤は、世帯員数6名のうち3名（経営主夫婦＋後継者：男29歳）が自家農業に従事する専業農家で、主な栽培品目をみると「なめこ，市田柿，米，そば粉，大豆，アスパラガス」等の多品目の作付を行っている（表8参照）。それらの農産物は、主として農協を経由して消費地の卸売市場に出荷されるほか、直売所等の市場外流通も併用して販売されている。

農家民泊の取り組みは、農作業での人手不足を解消する目的でWHの受入農家になった2002年から開始したが、様々な都市住民との交流を積み重ねてきた結果、消費者が農業・農村に何を求めているのかに思いが届くようになったことは収穫であると考えている。また、実際にWHに何度も参加した人たちのなかから、飯田市に移住してきた人たちも生まれているなど、都市農村交流を通じて地域に変化（刺激）が生まれつつある。

宿泊者の食事については、後継者の妻がメニューを考えるが、家族と同様のものを共に食卓を囲んで食べる。“五平餅”と“鯖寿司”を宿泊者に提供する定番メニューとしているが、後者につ

いては、集落の近隣農家で申し合わせて提供している。なお、食材は肉や魚のみ地元の商店から購入するが、その他は自家農園や直売所で調達することから、地元食材の利用割合は80%程度と考えられる。

5 ま と め

～地域食材の優位性を活かした滞在型グリーン・ツーリズムの課題～

いま、地域間格差の拡大が懸念されるもとで、地域がそれぞれの特長を活かしながら、自立的・持続的な成長を遂げていくためには、地域資源の価値を高める工夫（ブランド化の推進など）と合わせて、それらを活用した新たな産業を育成するくらいの心構えが必要である。とくに、マス・ツーリズムから転換して国内旅行の主流を占めるようになった家族・グループ単位の観光行動が、風光明媚な景勝地や歴史的建造物、さらには温泉施設など従来型の地域資源の有する価値と同様に（あるいはそれ以上に）、訪問先での「食（地元ならではの旬の食材、伝統料理など）」に対するこだわりを強めつつあることは、地域色豊かで安心感があり、かつ作り手の「顔の見える」「食」を供給することが可能な農山村地域にとってはかつてない追い風が吹いていると捉えるべきである。したがって、受け入れる側の農山村地域においては、農工商連携などの機会を通じて「食材（素材）」から「料理・食品」へと地域資源をブラッシュアップするような取り組みを拡大することや、宿泊先の旅館・ホテル等においても地場産食材利用を献立に組み込んだ宿泊プランの提案ももちろんのこと、地場産使用である旨の表示を出食時に訴求するなどの工夫が求められているのである。

以下では、欧米と比較した場合に、とすれば「日帰り型」が多いという特徴をもつわが国のグリーン・ツーリズムを「滞在型」にシフトさせるために必要な課題（雇用・労働条件や休暇取得期間に関わる社会経済的な制約を捨象して）について、白浜町・飯田市での分析・検討結果を踏まえながら、「食（食材）」の活用方法を手がかりとして考えてみたい。

5.1. 地域特性に応じた「食」を演出する仕組みづくり

ご当地ならではの「食」をキーワードとして、地域内の各所（食堂、宿泊施設など）で、旬の素材を活かした美味しい料理を提供することはもちろんであるが、より関心の高い観光客向けに、素材の生産現場や来歴に触れることのできるような「産地訪問・生産者との交流ツアー」などを案内する仕組みが必要である。この場合にも、施設の受付にオプションツアーのパンフレットや資料を設置しているのみでは効果は薄い。例えば、宿泊施設であれば、朝食バイキング時に当日サラダバーで使用している野菜について生産者自らが説明し、PRする時間を設けるなどの手法が効果的である。

また、いまや都市から農山村へ訪れる観光客（家族・グループ単位でマイカー移動）にとって、地域情報のアンテナショップとしての役割を果たしつつある道の駅や規模の大きい常設型の農産物

直売所（ＪＡ直営のファーマーズマーケットなど）において、併設するイートインコーナー（食堂施設）のメニューを充実させるなどの取り組みも重要である。郷土料理や旬の地元食材を豊富に取り入れた地産地消型のメニューを取り揃えることができれば、一層効果的である。とりわけ、直売所で販売する地域固有の伝統野菜や新品種、あるいは地元の特産加工品の普及は、消費の馴染み具合や調理知識の有無に大きく左右されることから、付設食堂のメニューに取り入れ気軽に試食できる機会を設けるなどの工夫が必要である。

さらに、飯田市の事例から伺えるように、農家民泊時に提供される「食（大人向けの素朴な田舎料理であるか、子供向けにアレンジされたＢＢＱであるかを問わず）」は、まさに“顔のみえる（誰が生産したかが分かる）”旬の地元食材を豊富に使用した料理であるというだけでなく、農家と“共食”の空間を共有することを通じて、農山村での人々の暮らしや歴史・文化に思いを馳せることのできるような体験の場としての役割をも果たしている。一方では「泊食分離」によって、受入農家の底上げを図ろうとする取り組みも重要ではあろうが、農家民泊時における“共食”体験には代替しがたい魅力があることも忘れてはならない。

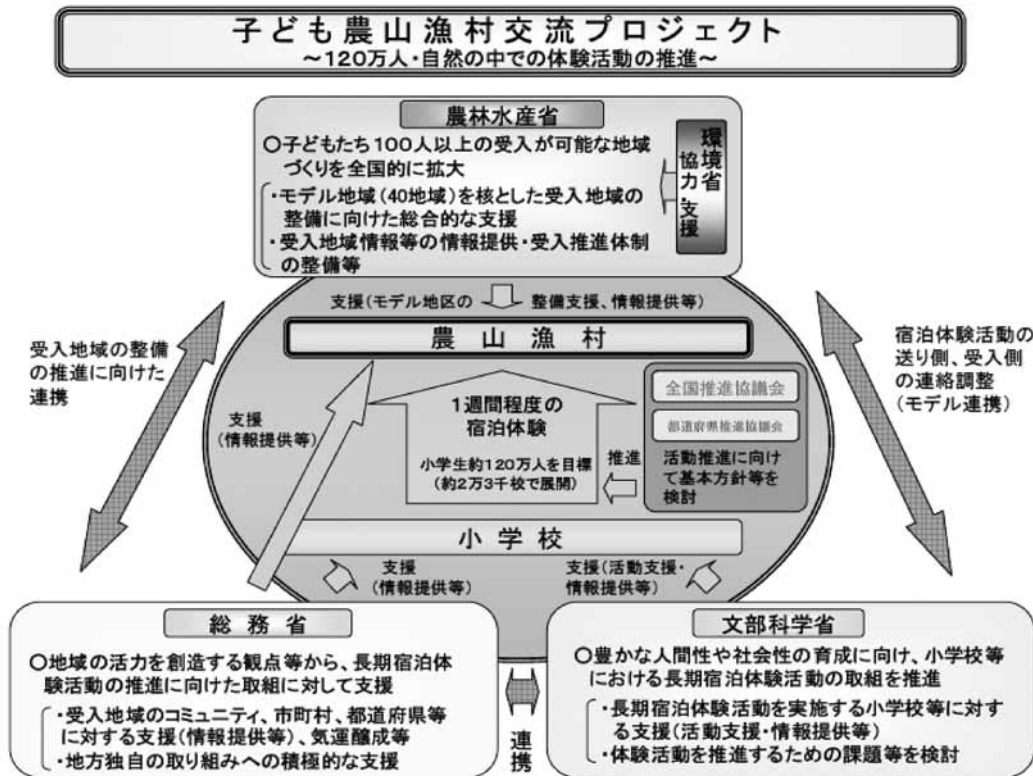
また、ランチメニューを侮ることなく充実させることが、リピーターの獲得やディナーへの要求（宿泊を伴う）に繋がることも多いということに対する認識を地域全体で共有することも必要であらう。

5.2. 農山村ならではの「食育」推進と農工商連携による体験型観光の充実

いま、農林水産業事業の「教育ファーム（「食育推進基本計画（2006年）」：自然の恩恵や食に関わる人々の様々な活動への理解を深めること等を目的とし、一連の農作業等の体験機会を提供するもの）」や、総務省・文部科学省・農林水産省の3省連携事業「子ども農山漁村交流プロジェクト（前掲：2008年からの5年間で全国の小学校5年生約120万人を一週間程度農山村で民泊させる仕組みをつくる）」の受け入れを始めとする様々な都市農村交流の取り組みが重視されるなど、「食育（食農教育）」推進の場としての農山村地域に注目が集まっている。

さらに、小中学校の児童・生徒についていえば、平成20年1月17日、中央教育審議会（文科相の諮問機関）が、学校給食の目的について従来の「栄養改善」から「食育」へ転換を目指すように答申した。学校給食法的大幅な改正は1954年の施行以来、初めてのことであるが、学校給食を食育の生きた教材として活用し、地場産農産物の利用促進（地産地消の推進）や米飯給食の実施拡大、さらには郷土食の提供など食文化教育における役割の発揮が求められることになったといえる。とりわけ食料生産の現場を校区近くにもたない都市部の学校の場合には、農山村地域との広域的な連携も視野に入れた取り組みが広がることも期待される。

一方で、本来は食育を施す側に位置するはずの大人についても、食材や調理方法に関する基礎的な知識・知恵が必ずしも世代を超えて継承されているわけではない。実際に、団塊世代を中心に見受けられる“農山村志向”の背景として、喪った故郷への回顧や郷愁の存在を指摘することは正確ではなく、むしろ農山村での新たな発見（驚き）や出会い、そして“ほんもの”の学びに



＜参考：子ども農山漁村交流プロジェクトの考え方＞

対する期待の拡がりを見て取る方が適当であろう。

したがって、大人への食育を推進するうえでも、前述した「食」の演出をさらに一步押し進め、産地訪問による各種収穫体験やそこでの生産者との交流は言うに及ばず、地元食材を使用した特産加工品の製造体験(野菜を使用した各種漬物加工、果実を使用した菓子・ジュース・ジャム等の加工、生乳を使用した乳製品加工など)などの各種加工体験メニューの充実や、さらには地元原料使用にこだわりを持つ食品加工企業を訪問し見学するなど産業観光への誘いを図ることも重要である。

このように、原料の生産から収穫、加工、製造までの一連のフードシステムを農山村の現場で学ぶことをテーマに体験観光プログラムとして提供できる仕組みを創出することができれば、農山村での滞在の機会を通じて、“食と農との乖離”に象徴される現代の「食」のあり方を見つめ直す機会を提供することが可能となろう。そしてこれは、スローフード・スローライフ、さらにはロハス(Lifestyles Of Health And Sustainability:健康で持続可能な社会を志向するライフスタイルの意)などのオルターナティブな生活スタイルを追求する消費者層に対して、グリーン・ツーリズムのもつ多様な価値を訴求する上でも有効な手段であると考えられる。

(本稿は、財団法人江頭外食産業及びホテル産業振興財団 平成19年度研究開発事業成果報告書『地域食材の優位性を活かした滞在型グリーン・ツーリズムの展開方向に関する研究(研究代表者:川端保至)』の藤田担当部分の原稿を加除修正したものである。)

参考文献

藤田武弘著『地場流通と卸売市場』農林統計協会，2000年。

宮崎猛編著『これからのグリーン・ツーリズム』家の光協会，2002年。

田代洋一著『新版・農業問題入門』大月書店，2003年。

橋本卓爾・大西敏夫・辻和良・藤田武弘編著『地域産業複合体の形成と展開』農林統計協会，2005年。

橋本卓爾・大西敏夫・藤田武弘・内藤重之編著『食と農の経済学 [第2版]』ミネルヴァ書房，2006年。